



Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Artes y Diseño

“M68. 50 Aniversario del Movimiento Estudiantil
de 1968 en México” Creación de material gráfico digital
para el ciclo de cine itinerante de la sede UNAM-España

TESINA

Que para obtener el Título de:
Licenciada en Diseño y Comunicación Visual

PRESENTA:
Jessica Ingrid Gracia Rodríguez

DIRECTORA DE TESINA
Mtra. Mónica Espinosa Torres

Ciudad de México, 2019



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO

**“M68. 50 Aniversario del Movimiento
Estudiantil de 1968 en México” Creación de
material gráfico digital para el ciclo de cine
itinerante de la sede UNAM-España**

TESINA

Que para obtener el Título de:
Licenciada en Diseño y Comunicación Visual

PRESENTA

Jessica Ingrid Gracia Rodríguez

DIRECTORA DE TESINA

Mtra. Mónica Espinosa Torres

Xochimilco, Ciudad de México, 2019



M60

CICLO DE CINE ITINERANTE

**50 Aniversario del Movimiento
Estudiantil de 1968 en México**

Me siento muy afortunada y orgullosa de concluir esta etapa de mi vida en la que he aprendido tantas cosas y a la que he dedicado tanto tiempo, esfuerzo y amor.

Quiero agradecer a Dios por la vida que he tenido, las experiencias que he vivido y las oportunidades que ha puesto en mi camino y que me han llevado a alcanzar cada una de las metas que me he propuesto.

Gracias a mi familia, sin su amor y su apoyo incondicional no hubiera sido posible llegar hasta donde he llegado, ¡Los amo mucho!

Gracias a mis papás por ser el motor de mi vida y por siempre impulsarme a lograr mis sueños sin importar que tan complejos parezcan.

Gracias a mis hermanas por ser las mejores compañeras de vida.

Gracias a mi madrina Normita por estar siempre presente en mi vida, por su apoyo y cariño incondicional, ¡Te quiero mucho!

Gracias a Vic, Diego y Adri por darme la oportunidad de formar parte de UNAM-España, ha sido la mejor experiencia profesional y personal que he tenido, ¡Los quiero!

Gracias a la profesora Mónica Espinosa por su entusiasmo y apoyo en este proyecto.

Gracias a mi Universidad por todo lo que me ha brindado. Estudiar en la UNAM es uno de los privilegios más grandes que una persona puede tener y no podría estar más orgullosa y agradecida por pertenecer a esta honorable institución a la que gracias a ella hoy puedo ejercer una profesión que amo.

"Por mi raza hablará el espíritu"

Índice

00	Introducción	11
01	El Movimiento Estudiantil de 1968 en México a 50 años en la UNAM-España	
	El Movimiento Estudiantil de 1968	
	1.1 El mundo en 1968	13
	1.2 Movimiento Estudiantil de 1968 en México	16
	1.3 Gráfica del Movimiento Estudiantil de 1968 en México	23
	1.4 Aniversario del Movimiento Estudiantil de 1968 en México	27
	UNAM-España	
	1.5 UNAM en el extranjero	28
	1.6 Instituto Cervantes	30
	1.7 UNAM-España	31
02	Identidad gráfica, medios gráficos digitales y redes sociales	
	Identidad gráfica	
	2.1 Identidad visual	33
	2.2 Símbolo	33
	2.3 Logotipo	33
	2.4 Color	36
	2.5 Tipografía	40
	Medios gráficos digitales	
	2.6 Cartel	43
	2.7 Banner	45
	2.8 Página web	45
	2.9 GIF	46
	Redes sociales	
	2.10 Facebook	47
	2.11 Twitter	48
	2.12 Portal UNAM-España	48

03

Proceso y desarrollo del proyecto

Metodología

3.1 Briefing	53
3.2 Bocetaje	57
3.3 Propuesta final	59

Aplicaciones

3.4 Banner	63
3.5 Página web	63
3.6 Cartel	64
3.7 GIF	65
3.8 Difusión	66

04

Conclusiones	71
--------------------	----

Bibliografía	73
--------------------	----

00



Introducción

En 2018 se conmemoró el 50 Aniversario del Movimiento Estudiantil de 1968 en México, hecho histórico que marcó la historia de nuestro país. Por tal motivo, diferentes instituciones entre ellas la UNAM a través de diversas actividades; ciclos de conferencias, de cine, exposiciones, entre otras; conmemoraron este acontecimiento.

La UNAM-España, al igual que otras sedes de la UNAM en el extranjero, se unió a esta conmemoración, a través del ciclo de cine “M68. 50 Aniversario del Movimiento Estudiantil de 1968 en México”, el cual itineró en 11 ciudades del mundo durante el periodo comprendido de octubre a diciembre de 2018. Este ciclo de cine se realizó en colaboración con la Filmoteca de la UNAM y el Instituto Cervantes, con quien comparte intereses en común; como promover la lengua española, difundir la cultura y fomentar la cooperación en el ámbito iberoamericano.

El ciclo de cine presentó películas documentales contemporáneas al momento histórico en cuestión, tales como; *Los Comunicados del Consejo Nacional de Huelga* que fueron grabados por los propios estudiantes del CUEC-UNAM con cámaras de 16mm; *El grito*, dirigido por Leobardo López Arrechte; el cortometraje *Mural Efímero*, editado por la UNAM, el documental *Memorial del 68*, dirigido por Nicolás Echeverría en 1968. *En memoria de José Revueltas, Dos de octubre. Aquí México y Únete pueblo*; documentales dirigidos por Óscar Menéndez, quien estuvo involucrado directamente en el movimiento estudiantil, también a este ciclo de cine itinerante se agregó el documental *Entrevistas sobre violencia en la universidad*, dirigido y realizado por el periodista Alfredo Joskowicz.

Las películas se proyectaron en sedes de la UNAM, el Instituto Cervantes y otras; en las ciudades de: Amán, Bruselas, Brasilia, Costa Rica, Londres, Nápoles, París, Pekín, Río de Janeiro, Roma y Sao Paulo.

Como parte de mi estadía de prácticas profesionales en UNAM-España me solicitaron generar la imagen de este ciclo de cine, el cual consta de la identidad visual, un cartel, la página web y material para redes sociales. Esta tesina documenta el proceso de investigación y de diseño que llevé a cabo para diseñar el logotipo del ciclo de cine y de los diferentes materiales gráficos que se difundieron en redes sociales e internet.

01

El Movimiento Estudiantil de 1968 en México a 50 años en la UNAM-España

El Movimiento Estudiantil de 1968

El mundo en 1968

El año 1968 fue un año que marcó un antes y un después en la historia de la humanidad, la juventud asumió el papel protagónico y las movilizaciones que se dieron en diversas partes del mundo generaron el despertar de la conciencia social y política; algunas de las causas de estos hechos fueron: las dictaduras militares, la búsqueda de libertades políticas, la demanda de derechos laborales, la inconformidad y resistencia a las diferentes formas de gobierno, entre otros. Estos acontecimientos se presentaron en diferentes ciudades como: Estados Unidos, México, Japón, Francia, Praga, Bolivia, España, entre otros. La globalización de los movimientos estudiantiles y de protesta se dio gracias a la difusión de fotos, y artículos periodísticos viralizados en televisión. Por medio de ellos fueron expuestas las atrocidades y la violencia que se suscitaba en distintos lugares del mundo.

Los movimientos y protestas que tuvieron lugar en 1968 se contextualizan en eventos internacionales suscitados en ese mismo año y también en años pasados tales como; la Guerra Fría y la rivalidad entre Estados Unidos y la URSS; el asesinato de John F. Kennedy, presidente de Estados Unidos en 1963, la invasión de Estados Unidos a Vietnam, el asesinato de Martin Luther King, pastor y activista estadounidense que luchó por los derechos civiles y la igualdad racial de los *afro* estadounidenses; el surgimiento de movimientos contraculturales tales como; los *hippies* y la circulación de la píldora anticonceptiva, la cual generó un gran impacto en la transformación ideológica sobre la libertad sexual.

5 DE ENERO

Comienza la Primavera de Praga.

4 DE ABRIL

Martin Luther King es
asesinado en Memphis, EEUU.

16 DE MARZO

EEUU masacra al pueblo
de My Lai (Vietnam).

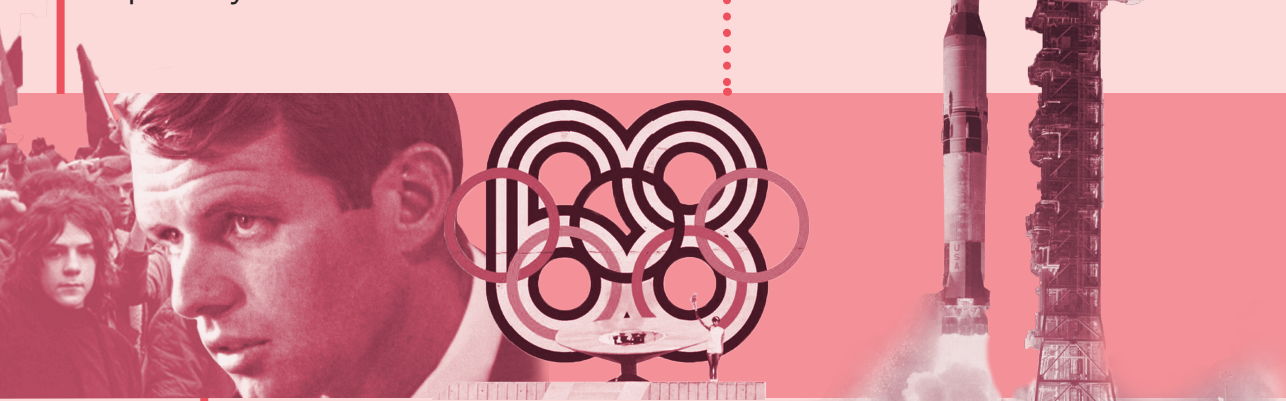


3 DE MAYO

Se decreta el cierre de la Universidad de Nanterre, París. Comienzan las huelgas, manifestaciones y enfrentamientos entre policías y estudiantes.

12 DE OCTUBRE

Se inauguran los XIX Juegos Olímpicos en México.



5 DE JUNIO

Robert F. Kennedy, candidato a la presidencia de EEUU es baleado en los Ángeles California y muere al día siguiente.

24 DE DICIEMBRE

El Apollo 8 es la primera nave espacial de la historia humana en entrar a la órbita lunar.

2 DE OCTUBRE

Matanza de Tlatelolco en México

Movimiento Estudiantil de 1968 en México

El año de 1968 fue un año que marco la historia de México por diferentes movimientos sociales, entre ellos el movimiento estudiantil que comenzó desde el mes de julio y que tuvo como consecuencia la penosa “Noche de Tlatelolco” el 2 de octubre, donde hubo cientos de personas heridas y muertas que hasta la fecha no se sabe cuántas pérdidas dejó esta matanza. Durante este año estaba a cargo de la presidencia de la República Mexicana, el abogado Gustavo Díaz Ordaz quien se caracterizó por ser un hombre déspota, intolerante, corrupto y violento que gobernó al país de una manera completamente autoritaria y represora. A continuación, hablaré de las principales causas que provocaron este suceso que marcó la historia de nuestro país para siempre.

Todo comienza el 22 de julio de 1968 cuando alumnos de las vocacionales 2 y 5 del Instituto Politécnico Nacional (IPN) dirigidos por las pandillas “Los Arañas” y los “Ciudadelos” tienen un enfrentamiento con los alumnos de la preparatoria particular Isaac Ochoterenana, quienes ya habían tenido una serie de enfrentamientos desde un año atrás (Ramírez, 1969). Al día siguiente los estudiantes de la preparatoria Isaac Ochoterenana con el objetivo de afrontar a sus rivales, apedrean la Vocacional 2. El 24 de julio, en revancha de ello, los alumnos de las Vocacionales 2 y 5 se dirigen a la preparatoria Isaac Ochoterenana y

lanzan piedras, pero ante la falta de respuesta de sus adversarios, regresan a sus respectivos planteles, donde provocados por el cuerpo de granaderos que estaban ahí para supuestamente salvaguardar el orden entre los estudiantes ocurre una riña. Los preparatorianos son perseguidos por los granaderos que reparten golpes y lanzan bombas lacrimógenas, dejando a varios estudiantes y profesores heridos. Zermeño (1994) resalta que el cuerpo de granaderos impulsados por el gobierno de México, se aprovechó de una situación cotidiana que se hubiera podido resolver entre los mismos estudiantes sin necesidad de la intervención de la policía.

Posteriormente a lo sucedido el 24 de julio, el IPN convoca a una marcha el 26 de julio como respuesta de protesta ante las situaciones de violencia a la que fue sometida la comunidad estudiantil los días pasados, la marcha se lleva a cabo con actos agresivos por parte de los policías.

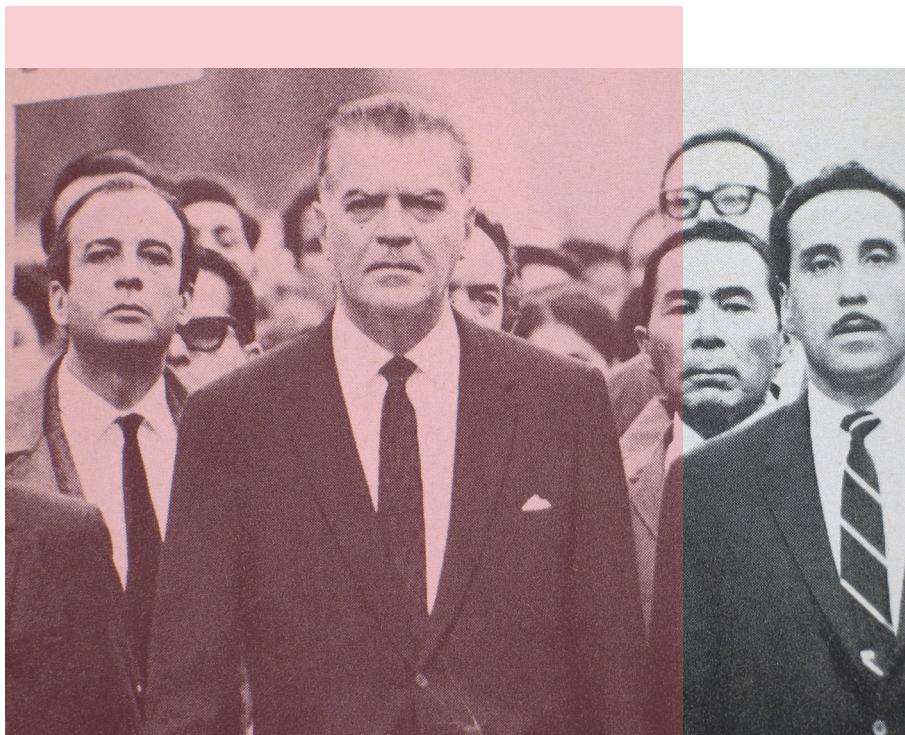
Días después, el 27 de julio las preparatorias 1, 2 y 3 de la UNAM son tomadas por los mismos estudiantes en muestra de inconformidad y protesta por los actos violentos cometidos días pasados contra sus compañeros del IPN, el 29 de julio se realiza un mitin en el Zócalo, el cual es disuelto violentamente y surge un enfrentamiento entre estudiantes y policías, la pelea se prolonga hasta la madrugada del 30 de julio donde interviene el ejército, esta fecha es importante para la cronología del movimiento, debido a que la Escuela Nacional Prepa-

ratoria (ENP) número 1, antes el Antiguo Colegio de San Ildefonso es tomada por los estudiantes y el ejército ante la oposición de estos de salirse del plantel, de un bazucazo destruyen la puerta barroca que databa de la época virreinal y la cual ya había sobrevivido a la Guerra de Independencia, de Reforma y la Revolución. El ejército niega rotundamente este hecho, y le atribuye la culpa a los preparatorianos. En esta riña que se suscita durante la tarde del 29 y la madrugada del 30 de julio, Ramírez (1969) menciona que hubo más de 400 heridos y más de 1000 detenidos. Debido a este incidente, a medio día el ex-rector de la UNAM, el ingeniero José Barros Sierra en el campus de CU mediante un comunicado y después de izar la bandera a media asta expresa lo siguiente:

Hoy es un día de luto para la Universidad; la autonomía está amenazada gravemente. Quiero expresar que la institución, a través de sus autoridades, maestros y estudiantes, manifiesta profunda pena por lo acontecido. La autonomía no es una idea abstracta; es un ejercicio responsable que debe ser respetable y respetado por todos. (UNAM, 2018, párr. 7).

Como muestra de indignación y rechazo ante los acontecimientos suscitados que atentaron contra la autonomía de la UNAM, el 1^{er} de agosto se lleva a cabo una marcha encabezada por José Barros Sierra a la que se unen estudiantes, profesores, y directores de diversas escuelas y facultades; el recorrido de la manifestación comienza en CU dirigiéndose por avenida Insurgentes hacia Félix Cuevas y termina nuevamente en CU. En esta protesta se contabilizaron alrededor de 80 mil personas (UNAM, 2018).

Figura 1. José Barros Sierra



Posteriormente durante una asamblea llevada a cabo en presencia de estudiantes pertenecientes a la UNAM, el IPN, la Universidad Nacional de Chapingo (UACh) (antes Escuela Nacional de Agricultura), la Normal, la Salle, el Colegio de México (COLMEX), el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), la Universidad Iberoamericana (IBERO) y otras escuelas del país, se constituye el 2 de agosto el Consejo Nacional de Huelga (CNH) que funge como organismo rector del movimiento estudiantil y representa a las universidades y escuelas antes mencionadas; el CNH está constituido por tres representantes de cada institución participante (Zermeño, 1994). Esta fecha es relevante para el movimiento estudiantil porque oficialmente se crea una alianza entre las universidades y logran definir un pliego petitorio que ya tenía antecedentes por parte de los estudiantes del IPN, que habían realizado uno con 6 puntos pero conforme el movimiento fue creciendo, las peticiones del pliego cambiaron (Zermeño, 1994).

La realización del pliego petitorio fue uno de los puntos clave en el movimiento, porque ya era muy claro lo que la comunidad estudiantil demandaba, y la lucha se volvió más coherente. Los 6 puntos que conformaron el pliego petitorio de manera definitiva fueron los siguientes:

- Libertad a los presos políticos.
- Destituir a los generales Luis Cueto Ramírez y Raúl Mendiola (jefe y sub-

jefe de la policía, respectivamente) y también al teniente coronel Armando Frías (jefe del cuerpo de granaderos).

- Extinguir el cuerpo de granaderos.
- Derogación del artículo 145 y 145 bis del código penal federal, el cual establece el delito de disolución social.
- Indemnización a las familias de los muertos y a los heridos que fueron víctimas de la agresión desde el viernes 26 de julio en adelante.
- Deslindar de responsabilidades de los actos de represión y vandalismo por parte de las autoridades a través de la policía, granaderos y el ejército.

Sucesivo a esto, con la finalidad de realizar un diálogo público, el 27 de agosto se efectúa una manifestación a la que asisten más de 300 mil personas (Animal Político, 2018), tiene como punto de partida el Museo Nacional de Antropología, y como término la plancha del Zócalo, finalizada la marcha, se lleva a cabo una asamblea donde estudiantes izan una bandera rojinegra a media asta con el símbolo de resistencia, sangre y lucha; frente al Palacio Nacional la multitud mediante gritos y cantos solicita al presidente Díaz Ordaz que salga, sin embargo nunca se hace presente, en lugar de ello horas después de haber finalizado el mitin salen por las puertas del Palacio Nacional tanques repletos de soldados los cuales violentamente

obligan a la gente a desalojar por completo la Plaza de la Constitución.

Por motivo del IV informe de gobierno del presidente Gustavo Díaz Ordaz, el 30 de agosto; el CNH, entre otros acuerdos establece que el 1^{er} de septiembre se suspenderán las marchas y mítines estudiantiles en el Zócalo y que está dispuesto a entablar un diálogo con las autoridades siempre y cuando sea público y no haya represión por parte de la policía y el ejército (Ramírez, 1969).

El 1^{er} de septiembre, el presidente Díaz Ordaz mediante su informe anual afirma que no permitirá que la seguridad y estabilidad del país se ponga en riesgo y que tomará las medidas que sean necesarias para evitarlo:

Hemos sido tolerantes hasta excesos criticados; pero todo tiene un límite y no podemos permitir ya que se siga quebrantando irremisiblemente el orden jurídico, como a los ojos de todo el mundo ha venido sucediendo; tenemos la ineludible obligación de impedir la destrucción de las fórmulas esenciales a cuyo amparo convivimos y progresamos. No quisiéramos vernos en el caso de tomar medidas que no deseamos, pero que tomaremos si es necesario; lo que sea nuestro deber hacer, lo haremos; hasta donde estemos obligados a llegar, llegaremos. (Ordaz, 1968)

El 6 de septiembre organismos representativos de la República Mexicana, por primera vez dan respuesta de forma escrita a las demandas del pliego petitorio del CNH, en el que se muestran soluciones parciales según coinciden los oradores del CNH tras un mitin convocado el 7 de septiembre al cual asisten alrededor de 25



Figura 2. Gustavo Díaz Ordaz

mil estudiantes. Después de unos días y tras una entrevista llevada a cabo entre los representantes del CNH y Barros Sierra y dos mítines realizados en la explanada de Ciudad Universitaria y en el Casco de Santo Tomás, se acuerda que las universidades y escuelas seguirán en paro de actividades y el CNH informa que habrá una marcha silenciosa el 13 de septiembre.

Como estaba previsto, la marcha del silencio se lleva a cabo el 13 de septiembre teniendo como punto de partida el Museo Nacional de Antropología, en la marcha se conglera una multitud de 250 mil personas en la que participan profesores, estudiantes, activistas y gente que se fue sumando a la causa. Esta marcha fue particularmente diferente a las que se habían llevado a cabo anteriormente, ya que durante la manifestación no se escucharon gritos, ni la gente hacía ruido alguno, solo se escuchaban los cuchicheos y el paso firme de los estudiantes. La gente como parte de su protesta llevaban volantes del CNH (1968) que decían lo siguiente:

Pueblo mexicano: puedes ver que no somos unos vándalos ni unos rebeldes sin causa, como se nos ha tachado con extraordinaria frecuencia. Puedes darte cuenta de nuestro silencio, un silencio impresionante, un silencio conmovedor, un silencio que expresa nuestro sentimiento y a la vez nuestra indignación.

Durante el mitin celebrado después de la marcha, se anuncia que el grító del 15 de septiembre en conmemoración a la Independencia de México, tendrá lugar en CU, el Casco de Santo Tomás, Zacatenco y la Plaza de las Tres Culturas. El 18 de septiembre se realiza otro mitin en CU, donde establecen y confirman que la huelga no dará paso atrás y que seguirá hasta que se cumplan en su totalidad los 6 puntos del pliego petitorio. Ese mismo día a las 22 horas, vehículos del Ejército invaden Ciudad Universitaria, y por medio del uso de la fuerza y la violencia, toman las instalaciones de la universidad, aprehendiendo a la comunidad estudiantil (alumnos, profesores y funcionarios) y demás gente que estaba en el mitin. Los detenidos son concentrados en Rectoría y posteriormente llevados a la cárcel de Lecumberri, a la Procuraduría del Distrito Federal y a la Jefatura de la Policía. Al día siguiente CU está totalmente tomada por el Ejército. Asociado a ello, el 27 de septiembre, con la misma violencia que se efectuó en las instalaciones de CU, el Ejército toma el Casco de Santo Tomás, que es el recinto principal del Instituto Politécnico Nacional.

El 29 de septiembre los representantes del CNH anuncian que seguirán la lucha hasta que sea cumplido el pliego petitorio y acuerdan que el 2 de octubre se llevará a cabo un mitin en la Plaza de las Tres Culturas en Tlatelolco (Zermeño, 1994). Después de 12 días de haber tomado las instalaciones de Ciudad Universitaria y tras la solicitud realizada

por Barros Sierra, el Ejército entrega las instalaciones a funcionarios de la UNAM; ese mismo día 30 de septiembre Barros Sierra exhorta a la comunidad estudiantil a regresar a labores con la finalidad de que no se vea afectado aún más el ciclo escolar en curso y ante esta petición el CNH reitera que no volverán a labores hasta que no se resuelvan en su totalidad los seis puntos del pliego petitorio.

Finalmente, el terrible día llega, el 2 de octubre a las 17:00 horas se lleva a cabo el mitin en la Plaza de las Tres Culturas en Tlatelolco, al que asisten alrededor de 10 mil personas, la multitud la conforman estudiantes, profesores, padres de familia, niños y gente interesada en el movimiento estudiantil. En el mitin se infiltra el Batallón Olimpia, el cual era un grupo paramilitar que estaba destinado a salvaguardar el orden y seguridad durante las Olimpiadas que tendrían lugar en los próximos días, se hicieron notar porque tenían el corte de cabello a la *brush* que es un rasgo distintivo de los jóvenes militares, además de ello, portaban un guante blanco en la mano izquierda e iban vestidos de civiles para poder pasar desapercibidos entre la multitud. Los oradores del CNH se encuentran en el tercer piso del edificio Chihuahua, donde los acompañan reporteros, fotógrafos y prensa internacional que estaba ya en México con motivo de las Olimpiadas que se inaugurarían en 12 días (Zermeño, 1994).

Tras una hora de haber iniciado el mitin, se perciben en el cielo dos helicópteros sobrevolando la Plaza de las Tres Culturas y minutos más tarde dejan caer dos bengalas una roja y una verde; en esos momentos la multitud ante el rumor y temor de posibles actos violetos comienzan a correr, dispersarse y hay quienes lo-



Figura 3. Estudiantes en camión quemado, ocasionado por revueltas

Figura 4. Granaderos en el Zócalo de la Ciudad de México

gran subir a los departamentos de los edificios de la Unidad de Tlatelolco (UNAM, 2018). A posteriori de las luces de bengala, francotiradores del Batallón Olimpia escondidos en el techo del edificio Chihuahua, comienzan a disparar contra la comunidad estudiantil y contra el ejército, de esta manera se da por iniciada la masacre. Se dice que la infiltración y balacera por parte del Batallón Olimpia fue una estrategia del gobierno para hacer parecer que los estudiantes eran quienes habían comenzado con el batallón, sin embargo la gente concentrada en Tlatelolco no portaba ningún tipo de armamento (Ramírez, 1969). Los militares en respuesta a “la agresión de los estudiantes” comienzan a disparar contra la multitud y lo que había comenzado como un mitin, terminó siendo uno de los días más tristes y lamentables en la historia de México.

La masacre ocurrida el 2 de octubre es la evidencia más factible de la incapacidad que tuvo el gobierno de Gustavo Díaz Ordaz por concretar un diálogo con la comunidad estudiantil; y en lugar de ello mostró su lado más agresivo y violento, desde que inicio el movimiento estudiantil trató de reprimir las formas de expresión a toda costa con tal de garantizar la “seguridad”, el orden político y la ejecución de las tan esperadas Olimpiadas que tuvieron lugar el 12 de octubre de 1968.



Figura 5. Estudiantes en la plaza de Tlatelolco, 1968

Gráfica del Movimiento Estudiantil de 1968 en México

El año 1968 además de ser un año detonante en México en el ámbito político, cultural, social, y económico, también lo fue en el área del diseño, ya que se sentaron las bases del diseño gráfico gracias a diversos acontecimientos, dentro de los que cabe destacar; el desarrollo de una gran variedad de material gráfico para el movimiento estudiantil, el diseño de la identidad visual y el sistema completo que vistió la ciudad durante las olimpiadas “México 68” diseñado por Lance Wyman y la creación de la carrera de Diseño Gráfico impartida por primera vez en la Universidad Iberoamericana (IBERO), aunque es preciso señalar que previo a la mención oficial de la carrera “Diseño Gráfico” ya existían grandes antecedentes de esta disciplina en el país tales como los talleres de artes plásticas, las escuelas de artes y artesanías, y los talleres de cartel y dibujo publicitario impartidos por grandes maestros del arte en nuestro país como lo fueron Diego Rivera y Manuel Rodríguez Lozano.



Figura 6. Lance Wyman en México, 1968

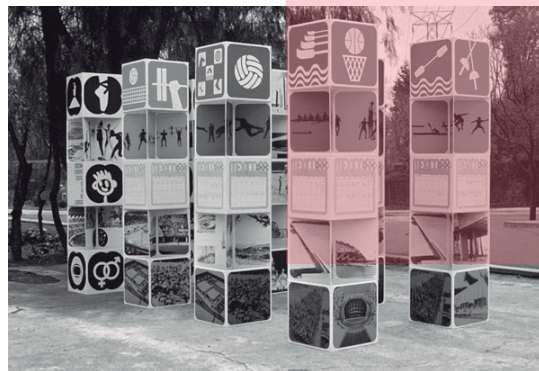


Figura 7. Ciudad de México durante las Olimpiadas, 1968

Durante el movimiento estudiantil se realizaron una gran cantidad de carteles, pancartas, mantas, volantes, folletos, entre otros soportes gráficos que fueron utilizados en las marchas, protestas y huelgas. Este material tenía como propósitos principales dar testimonio de lo que estaba ocurriendo en ese momento, hacer una crítica al gobierno autoritario, conservador y represor del presidente Gustavo Díaz Ordaz y fungir como invitación al pueblo de México a unirse a la lucha contra el sistema represor al que estaban sometidos.

En un principio y con el fin de realizar todo el material propagandístico que demandaba el Consejo Nacional de Huelga (CNH) conformado por alumnos, profesores y activistas pertenecientes a la UNAM, la Normal, el IPN y la Universidad de Chapingo, unieron esfuerzos y en la Antigua Academia de San Carlos realizaron toda la producción gráfica; carteles, mantas, pancartas, grabados, etc. (Grupo Mira, 1988). En medida que el movimiento crecía, se fueron sumando a la causa otras universidades como, Escuela Nacional de Pintura, Escultura y Grabado "La Esmeralda".

El material gráfico se compone de características muy peculiares como; el lenguaje popular y figurativo, que tenía como objetivo proyectar un mensaje acertado y eficaz al pueblo de México y de esta forma lograr la mayor difusión posible (Grupo Mira, 1988). Troconi et al. (2010) artista visual y diseñador gráfico, hace hincapié en la falta de calidad en las piezas, ya que a pesar de que estuvieron involucrados en la elaboración de este material personas afines a las artes plásticas, también hubo estudiantes de otras carreras como; derecho, medicina, filosofía, entre otras; que carecían de conocimientos artísticos, pero lo que los impulsaba a realizar este material, era el sentimiento de lucha.

Debido a las condiciones en las que se desarrolló el movimiento, a la escasez de recursos y la necesidad de producir la mayor cantidad de material en el menor tiempo posible, la técnica más utilizada fue el linóleo, que es una técnica de impresión en la cual las zonas que están en alto relieve en la matriz son las que quedan impresas sobre el material y las zonas que están en bajo relieve no se imprimen. La matriz de este sistema de impresión

es un caucho que se compone de aceite de linaza, corcho, yute y pigmentos. Esta es una técnica de grabado que comparada con otros sistemas de impresión que también fueron utilizados para producir el material, como la serigrafía, el fotograbado o el *offset*, resultaba de menos costosa (Grupo Mira, 1988).

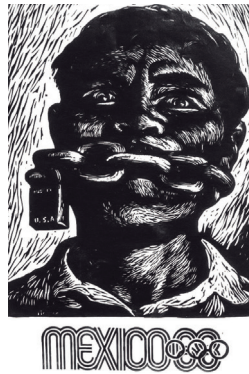


Figura 8 . Cartel con perro

Figura 9. Cartel candado

Figura 10. Cartel ¡Venceremos!

Otro punto que es importante destacar y que contrariamente a lo que sucede hoy en día en el ámbito profesional en el diseño gráfico o en el arte, es que de la mayoría de las piezas creadas en el movimiento estudiantil, hasta la fecha se desconoce su autoría, ya que en esa época de represión, lo que menos deseaba la gente era que el gobierno supiera quién era el autor de los diferentes carteles.

El material que se generó para el movimiento estudiantil retomó muchos elementos que fueron diseñados para las olimpiadas de 1968 como; la intervención a la paloma de la paz que se muestra atravesada con un cuchillo, o el diseño de estampillas postales realizadas por Lance Wyman, en las que se mostraban las diferentes disciplinas como natación, esgrima, boxeo, taekwondo, atletismo, hockey, tiro con arco etc; esas figuras fueron reemplazadas por granaderos golpeando a los estudiantes, también los aros olímpicos fueron el elemento recurrente en los diferentes carteles y volantes. Otros elementos que figuraban en la gráfica fueron personajes como el Che Guevara, el expresidente Gustavo Díaz Ordaz donde su silueta a manera de sátira aparecía con apariencia de un gorila; además de ellos,

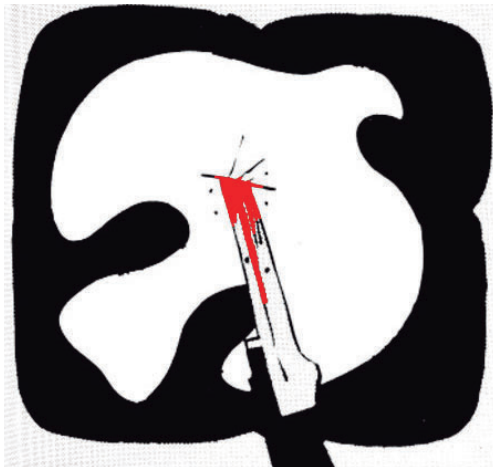


Figura 11. Cartel silueta de chimpancé

Figura 12. Cartel Paloma de la paz atravesada con un cuchillo

Figura 13. Íconos de las actividades en Olimpiadas, 1968

Figura 14. Estampillas postales en México, 1968

los granaderos y policías eran figuras que predominaban, otros diseños que son icónicos de esta serie de carteles son; el puño cerrado, la "V" de victoria y el joven con el candado en la boca, que expresaba la privación a la libertad de expresión.

Uno de los grandes legados que le dejó el Movimiento Estudiantil de 1968 al país es la gráfica que se generó, ya que fue un parteaguas para el diseño y la comunicación visual, porque la propaganda de oposición en México no existía y a partir de lo ocurrido en el movimiento de 1968, la expresión gráfica popular experimentó un gran cambio, que forma parte fundamental de los antecedentes del diseño gráfico en México.

50 Aniversario del Movimiento Estudiantil de 1968 en México

Como parte de la conmemoración del 50 Aniversario del Movimiento Estudiantil de 1968 en México, la UNAM a través del Comité Universitario “M68: Ciudadanías en Movimiento” presentó una gran variedad de actividades con el fin de conservar la memoria de este hecho que marcó la historia de nuestro país. A esta agenda de actividades se sumaron universidades que estuvieron involucradas durante el Movimiento Estudiantil, tales como; el IPN, la UACH, la IBERO y el COLMEX. Estas instituciones unieron fuerzas para presentar conferencias, ciclos de cine y también formaron el extenso acervo en el que se incluyen imágenes, videos y documentos testimoniales del acontecimiento en cuestión. Además de las actividades anteriormente mencionadas, la UNAM a través del Archivo Histórico de la UNAM (AHUNAM) puso a disposición del público cerca de 6 mil documentos (fotografías, gráfica y hemerografía) pertenecientes a fotógrafos que se dedicaron a seguir paso a paso el Movimiento Estudiantil de 1968, como Manuel Gutiérrez Nájera, Ethel Villanueva, Esther Montero, entre otros.

Por otra parte, el Comité Interuniversitario organizó el Coloquio Internacional M68: Ciudadanías en Movimiento, en el que se presentaron un poco más de 100 conferencias en más de 50 sedes, en las que se reflexionó sobre la trascendencia que han tenido los movimientos sociales,

las manifestaciones culturales, artísticas y sociales en el mundo desde los años 60 hasta la actualidad. Este coloquio reunió a destacados intelectuales de México y otros países como; Juan Villoro, Ariel Rodríguez Kuri, Sergio Zermeño, Cristina Barros Valero, Leonardo Boff, Aldo Morris, Michael Žantovský, Judit Bokser, Sergio Aguayo, entre otros.

En cuanto a publicaciones impresas, la UNAM como parte de la Gaceta UNAM la cual se publica de manera impresa y digital dos veces por semana, adjuntó el suplemento especial 50 años del 68 en el que se narra cronológicamente los hechos sucedidos antes, durante y después del Movimiento Estudiantil de 1968 en México.



Figura 15. Imagen oficial del Comité Universitario "M68 Ciudadanías en movimiento" realizada en 2018

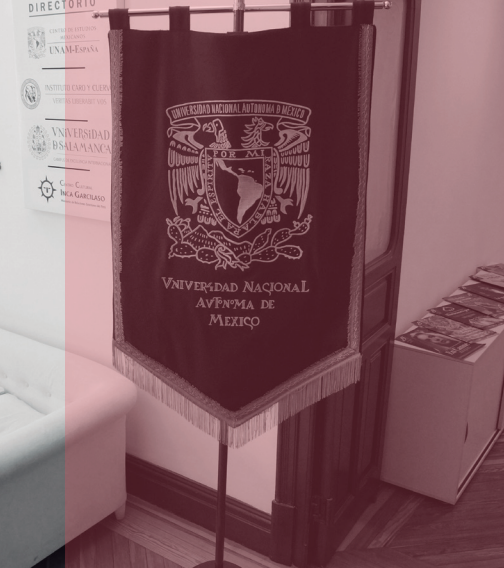


Figura 16. Oficina UNAM-España



Figura 17. Cubículo de la UNAM-España en la biblioteca del Instituto Cervantes

UNAM España

UNAM en el extranjero

La Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), fundada en 1551, es la universidad más importante de México y de Latinoamérica, de acuerdo con el QS World University Ranking (2018) la UNAM encabeza la lista de universidades latinoamericanas mejor calificadas en 48 áreas de conocimiento; como Arte y Diseño, Lenguas Modernas, Sociología, entre otras. De sus aulas han egresado los grandes pensadores mexicanos, que han sido reconocidos con premios internacionales como el Premio Nobel, el Premio Príncipe de Asturias y el Premio Cervantes. En 2009 la UNAM fue galardonada con el Premio Príncipe de Asturias en el área de Comunicación y Humanidades (UNAM-Dirección General de Comunicación Social [UNAM-DGCS], 2009).

La UNAM con casi 500 años de tradición, se ha distinguido por su calidad de enseñanza e investigación en diferentes ramas del saber; como la ciencia, la tecnología, las humanidades y las artes. Su objetivo primordial es “...estar al servicio del país y de la humanidad, formar profesionistas útiles a la sociedad, organizar y realizar investigaciones, principalmente acerca de las condi-

ciones y problemas nacionales, y extender con la mayor amplitud posible, los beneficios de la cultura.” (UNAM, 2015) Aunado a esto, desde su fundación en 1921, uno de los objetivos fundamentales de la UNAM, ha sido la internacionalización de la universidad, y así incrementar la extensión académica y mejorar la calidad de enseñanza e investigación, por tal motivo José Vasconcelos, el entonces rector de la UNAM, creó la “Escuela de Verano” hoy mejor conocida como Centro de Estudios para Extranjeros (CEPE), con el propósito de “...universalizar la lengua española y la cultura mexicana, así como apoyar académicamente a las comunidades mexicanas en el exterior...” (CEPE UNAM, 2015, párr. 1).

El CEPE recibe anualmente más de 12 500 alumnos de 91 nacionalidades, la mayoría de ellos provenientes de China, Estados Unidos, Corea del Sur, Alemania, Brasil, Canadá y Reino Unido. Esta institución es reconocida internacionalmente por su alto nivel académico, cuenta una gran variedad de diplomados y cursos tanto intensivos como semestrales orientados a la profundización del conocimiento de la cultura mexicana y al aprendizaje y enseñanza de la lengua española.

Actualmente el CEPE cuenta con 3 sedes en la República Mexicana; en Polanco Ciudad de México (CMDX), Taxco (Guerro) y la sede principal Ciudad Universitaria (CU) ubicada en la CDMX. Además de ello, con el objetivo de proyectar la presencia global de la Máxima Casa de Estudios, adicionalmente a las sedes na-

cionales, el CEPE cuenta con 14 sedes en el mundo distribuidas en 9 países, cuyos objetivos principales son: la enseñanza y certificación de la lengua española para extranjeros, la formación de profesores en la misma lengua, la difusión de la cultura mexicana e iberoamericana y la vinculación de estudiantes y profesores con dependencias que se relacionen con la cultura y la educación.

La primera sede de la UNAM en el extranjero fue en San Antonio (Texas) en 1944, posteriormente se inauguraron las otras sedes en la siguiente cronología:

- UNAM-Canadá (1944)
 - UNAM-Chicago (2004)
 - UNAM-China (2012)
 - UNAM-España (2013)
 - UNAM-Seattle (2014)
 - UNAM-Los Ángeles (2014)
 - UNAM-Costa Rica (2014)
 - UNAM-Francia (2014)
 - UNAM-Reino Unido (2015)
 - UNAM-Tucson (2015)
 - UNAM-Alemania (2018)
 - UNAM-Boston (2018)
 - UNAM-Sudáfrica (2018)
- (UNAM Internacional, 2018)



Instituto Cervantes

Creado en 1991, el Instituto Cervantes (IC) es una institución pública española que tiene como misión, promover mundialmente la enseñanza, estudio y uso del español, además de contribuir a la difusión de las culturas hispánicas, a través de cursos generales y especializados en el tema en cuestión y la realización de actividades en colaboración con organismos españoles e hispanoamericanos.

Dentro de las prioridades del IC está, la expansión de la institución, de esta forma, actualmente cuenta con 87 sedes distribuidas en 44 países, la sede central se encuentra ubicada en Madrid, España donde se encuentran las instalaciones de la UNAM-España.

Figura 18. Fachada del Instituto Cervantes en Madrid

UNAM-España

De la mano del IC, la sede UNAM-España se inauguró el 25 de noviembre de 2013 en las instalaciones de la sede central del IC en la ciudad de Madrid, en la inauguración de la sede estuvieron presentes; el ex rector de la UNAM, José Narro Robles, la ex directora de la sede, Alicia Meyer y el ex director del IC, Víctor García de la Concha (Instituto Cervantes, 1991-2016).

La apertura de la sede UNAM-España forma parte del proyecto de proyección y de internacionalización de la universidad, que a su vez refuerza los lazos entre ambos países y entre ambas instituciones que comparten intereses en común, como promoción de la lengua española y la difusión de la cultura en el entorno iberoamericano (CEM España, 2015). Aunado a esto, la UNAM-España colectivamente con el IC, la Universidad de Salamanca (USAL) y la Universidad de Buenos Aires trabajan en la estructura y el diseño del Servicio Internacional de Evaluación de la Lengua Española (SIELE), el cual es un sistema encargado de certificar el dominio de la lengua española mediante medios electrónicos, está dirigido a estudiantes y profesores de todo el mundo. Este sistema al que actualmente están asociadas más de 75 universidades iberoamericanas ofrece 5 tipos de exámenes que se adecuan a las necesidades de certificación de los usuarios. Otro de los objetivos que UNAM-España tiene es difundir la cultura mexicana e iberoamericana y pro-

mover actividades donde se involucre el intercambio académico de ambos lados del atlántico; esto lo lleva a cabo a través de presentaciones de libros, simposios internacionales, conferencias de diversos temas, ciclos de cine, simposios, recitales de música, exposiciones, foros de discusión y publicación de libros.

Como parte del proyecto de internacionalización de la universidad, UNAM-España ha creado vínculos académicos con instituciones de educación superior de alto prestigio en España y el mundo, ha firmado convenios y creado cátedras con distintas universidades, tal como la Cátedra Extraordinaria Francisco de Vitoria-Bartolomé de las Casas, la cual se creó en 2017 en conjunto con la Universidad de Salamanca (Sala de prensa USAL, 2017) y la Cátedra Xoaquim Xirau establecida en 2001 con la Universidad de Barcelona (De la Fuente, 2001).



Figura 19. Inauguración UNAM-España

02

**Identidad gráfica, medios
gráficos digitales y
redes sociales**

Identidad Visual

En este capítulo hablaré de los componentes necesarios para realizar el diseño del material gráfico del ciclo y también de los medios digitales donde se presentó el material gráfico para difundir el ciclo de cine como; redes sociales y página web.

Identidad visual

El término de identidad se refiere a las características que hacen que todas las cosas y los seres sean únicos. Dondis (1995) menciona que cada cosa que nos rodea tiene características propias que lo distinguen y que nuestra memoria los reconoce gracias al conocimiento que hemos adquirido a partir de diferentes sucesos a lo largo de la vida.

Existen muchos autores y terminologías que causan confusión acerca de lo que es una identidad visual, sin embargo, la mayoría coinciden en dos aspectos importantes que la constituyen; el símbolo y el logotipo.

Símbolo

El símbolo es la representación de cualquier cosa en virtud de una correspondencia analógica; es decir los símbolos son expresiones abstractas que requieren de un conocimiento previo para poder descifrarlos, poseen contenido social que se comparte con el entorno, construye una creencia, un concepto o una idea común con un grupo de personas. Un ejemplo claro de esto es el símbolo de la cruz; ya que puede tener diferentes significados dependiendo el contexto en el que se presente, puede simbolizar la religión, una farmacia, un hospital, incluso un símbolo matemático de adición. Los símbolos gráficos deben ser memorizables y fácil de identificar.

Logotipo

El logotipo o mejor conocido como *logo* se refiere a la parte escrita de una identidad gráfica; y puede ser representada a través de tipografía, caligrafía, *lettering* o cualquier otra forma de escritura. La función principal del logotipo es reforzar las cualidades connotativas de la marca o el concepto que se quiere representar, siempre tienen que ser visibles y reconocibles.

Equivocadamente la gente suele utilizar la palabra logotipo para referirse a todas las imágenes que actúan como identificadores visuales; sin embargo una identidad visual debe ser categorizada según los elementos que la componen. Rodríguez en su libro *Logo ¿qué?* (2001) propone la siguiente clasificación de los tipos de imágenes que pueden formar la identidad visual de algo o alguien.

- **Logotipo:** es la representación verbal de una o varias palabras mediante signos tipográficos.
Ejemplo: Google, navegador de internet



- **Isotipo:** es el símbolo o ícono que representa gráficamente a la marca.
Ejemplo: Nike, marca deportiva



- **Nombre:** es la palabra que identifica a una empresa, corporación, marca u otra. Este puede ser descriptivo, simbólico, patronímico y toponímico.
Ejemplo: Vogue, revista de moda



Los nombres descriptivos representan los atributos de la marca o la empresa.



Ejemplo: Museo Nacional del Prado

Los nombres simbólicos utilizan una imagen literaria que hace referencia al nombre de la institución.



Ejemplo: Shell, gasolinera

Los nombres patronímicos emplan el nombre de alguna persona que fue importante para la empresa o la marca.



Ejemplo: Walt Disney, empresa

Los nombres toponímicos hacen referencia al lugar de origen de la empresa o la marca.



Ejemplo: Banco Santander

- **Sigla:** es letra inicial de cada una de las palabras que conforman el nombre completo de la empresa.
Ejemplo: CCN (Cable News Network), BBC (British Broadcasting Corporation)



- **Emblema:** Es la figura o forma que representa a una empresa e incluye un lema.
Ejemplo: “Liverpool es parte de mi vida”, tienda departamental



- **Imagotipo:** es la conjunción del logotipo y el isotipo.
Ejemplo: la marca Lacoste



- **Fonograma:** es la unión de una palabra y una imagen que se refieren al mismo concepto.
Ejemplo: el periódico El Mundo, en medio de la marca esta representado un mundo



- **Monograma:** es la unión de dos o más cifras o letras entrelazadas.
Ejemplo: Louis Vuitton, marca de moda



- **Pictograma:** es todo aquello que representamos con imágenes y que no tiene un sonido propio. Pueden ser íconos y signos con un alto nivel de abstracción.



Ejemplo: señales de tránsito, de seguridad, cívicas, etc.

Color

El color es un elemento del diseño gráfico y al igual que las formas, los signos, la tipografía y los íconos, es un componente básico en cualquier identidad, sin embargo a diferencia de los elementos anteriormente mencionados, el color no existe en estado puro, puesto que es una característica de las cosas que existen en el mundo. El color es una sensación óptica que se crea a partir de una longitud de onda luminosa y es una herramienta que brinda legibilidad a una composición, causa sentimientos en las personas y brinda significado.

La identidad de los colores depende directamente de los colores próximos con los que puedan ser comparados y su significado está directamente ligado al contexto en el que este se presente; por ejemplo, el color que percibamos en la ropa no tendrá el mismo significado que el que percibamos en la comida (Costa, 2003).

Existen diferentes autores que definen las principales características del color, sin embargo la marca estadounidense mundialmente conocida, creadora de un gran sistema de identificación de color, PANTONE (2018), establece que el color tiene tres propiedades principales que son; matiz, saturación y brillo.

El matiz se refiere a la propia cualidad del color y abarca todos los colores del círculo cromático (primarios, secundarios y terciarios) sin incluir las mezclas con negro y blanco. Cada matiz tiene una gran variedad de tonalidades y colores subjetivos. Por otra parte, la saturación es la intensidad cromática o a la pureza del color y el brillo o también denominado luminosidad o valor, es la capacidad que tiene un color para reflejar la luz blanca que incide sobre el.

A lo largo de la historia diferentes teóricos han definido el significado de los colores, no obstante cabe destacar que es completamente subjetivo y depende del entorno en el que se encuentre, Heller en su libro *Psicología del color* (2004) habla del significado de 13 colores según una encuesta que realizó en Alemania a 200 personas y esto es lo que define:

- Azul: es el color preferido por la mayoría de la gente, el color de la simpatía, la armonía, también representa el frío, la distancia y las virtudes espirituales.
- Rojo: Alude a la pasión, el amor y el odio; también es el color que representa a los reyes, la alegría y el peligro.
- Amarillo: es el color de la felicidad, el optimismo, la diversión, el entretenimiento, también esta relacionado con la traición, lo viejo, los artistas y la creatividad.
- Verde: representa la fertilidad, la esperanza, la burguesía, lo sagrado, la naturaleza y lo venenoso.
- Naranja: es el color de la diversión, el budismo, lo exótico, llamativo y la transformación.
- Violeta: Simboliza el poder, la teología, la magia, el feminismo, y el movimiento gay.
- Rosa: Es lo dulce, delicado, escandaloso y cursi; también representa la piel.
- Blanco: representa la inocencia en lo femenino, el bien, los espíritus y es el color preferido por los artistas.
- Negro: Simboliza el poder, la violencia, la muerte, la juventud, la negación, la elegancia, objetividad, ilegalidad y anarquía.
- Oro: es el color de la felicidad, el lujo, el dinero y la belleza.
- Plata: representa la velocidad, el dinero, la Luna, el frío y la elegancia.
- Marrón: es lo acogedor, lo corriente y la necesidad.
- Gris: Alude al aburrimiento, lo anticuado, la crueldad, la pobreza y el olvido.



Figura 20. Representación de los colores









Tipografía

La tipografía es un elemento esencial en el diseño gráfico y se define como el conjunto de signos que expresan un mensaje a través de un lenguaje (Kane, 2014). Como cualquier otro oficio, la tipografía tiene sus propios términos, que en su mayoría describen a las letras, como se muestra en el esquema anterior.


La tipografía siempre tiene que ser legible y funcional, ya que es la encargada de transmitir un mensaje gráfico. En el caso de la identidad visual, la tipografía tiene un papel principal porque la fuente utilizada debe reflejar la esencia de esa empresa, marca, etc. Para elegir la fuente tipográfica idónea en cada proyecto, es necesario tener en cuenta algunos aspectos, Lupton en su libro *Pensar con tipos* (2014) plantea un sistema de clasificación tipográfica que, si bien no es el único, es de los más utilizados hoy en día y establece lo siguiente: Existen dos tipos de fuentes; Serif y Sans Serif. la gran diferencia entre estos dos grupos es que las letras Serif tienen remates, al contrario de las Sans Serif, estas no poseen ningún tipo de ornamentación. De esta clasificación se derivan otros grupos con características más específicas.

Figura 21. Esquema explicativo de las partes de la tipografía

Serif

- Humanísticas: Se refiere a las letras romanas que datan de los siglos XV y XVI y que trataban de imitar la caligrafía clásica. Ejemplo: Sabon, tipografía diseñada por Jan Tschichold en 1966.  the quick brown fox jumps over the lazy dog
- Transición: Las fuentes de transición se caracterizan por que sus letras tienen terminales afiladas y sus ejes comparados con las humanísticas son más verticales. Ejemplo: Baskerville, diseñada por John Baskerville a mediados del siglo XVIII.  the quick brown fox jumps over the lazy dog
- Moderna: Son las fuentes que se caracterizan por tener remates finos y rectos, sus ejes son completamente verticales y tienen gran contraste en sus trazos delgados y gruesos. Ejemplo: Didot, diseñada por Firmin Didot en 1783.  the quick brown fox jumps over the lazy dog
- Egipcia o mecana: Se refiere a las fuentes que se crearon en el siglo XIX con el objetivo de usarlas en publicidad y que se caracterizan por tener terminales muy pesados y gruesos. Ejemplo: Rockwell, diseñada por Monotype en 1934.  the quick brown fox jumps over the lazy dog

Sans Serif

- Humanística de palo seco: Como su nombre lo dice, las letras representan rasgos humanos, el ojo de la letra es pequeño y armónico, existe modulación en sus trazos, aunque puede o no existir diferencia entre ellos. Ejemplo: Gill Sans, diseñada por Eric Gill en 1928.  the quick brown fox jumps over the lazy dog

- Palo seco de transición: Son las más utilizadas en texto corto, sus caracteres son verticales y tienen una gran modulación. Ejemplo: Helvetica, diseñada por Max Miedlinger en 1957.
- Palo seco geométrica: Se caracterizan por su construcción rígida donde las formas geométricas predominan como las rectas pronunciadas y las formas circulares. Ejemplo: Futura, diseñada por Paul Renner en 1927.

• • •> the quick brown
fox jumps over
the lazy dog

• • •> the quick brown
fox jumps over
the lazy dog

Medios gráficos digitales

Cartel

Durante muchos años, el cartel ha sido uno de los principales medios de comunicación debido a su facilidad de comunicar. Es un conjunto de elementos tipográficos, icónicos y cromáticos que tienen como objetivo emitir un mensaje a una audiencia específica. La realización de carteles se remonta al tiempo en que no existían las computadoras y los diseños tenían que realizarse de manera análoga; los tiempos han cambiado y la tecnología mucho ha contribuido al desarrollo del diseño, a pesar de ello los carteles han perdurado y lo único que se ha modificado es el medio en el que se realizan y en el que se exhiben, ya que antes los carteles eran impresos y pegados en las paredes de algún lugar, en cambio ahora con la existencia de las redes sociales, el Internet y los diferentes medios digitales la manera de diseñar y de difundir el cartel ha evolucionado.

El cartel tiene como propósito principal emitir un mensaje al espectador, pero para poder transmitir un mensaje, es necesario captar su atención, por este motivo el cartel tiene que ser atractivo e impactante. Acosta (2003) asegura que uno de los factores influyentes en el impacto visual de un cartel es la exaltación cromática.

Por otro lado, es necesario que el lenguaje utilizado sea persuasivo para que de este modo



Figura 22 y 23. Carteles del Cine de Oro en México (1936-1956)

el espectador se interese en el mensaje que se desea transmitir, el texto utilizado debe ser corto, incisivo, sintético, legible y contrastante, para que pueda ser leído a cualquier distancia.

Existen dos tipos de carteles; el cartel informativo el cual plantea información para comunicar sobre la organización de un evento en un lugar y tiempo establecido como; conferencias, cursos, espectáculos, películas, comerciales, etc. Y también existe el cartel formativo social que tiene como propósito generar un impacto y beneficio, es decir crear conciencia sobre un tema en específico, como puede ser un cartel político, religioso o per-

sonal (Barnicoat, 2000). Los siguientes carteles ejemplifican la diferencia entre ambos tipos de carteles. El primero es de *GreenPeace*, una organización ambientalista que se involucra en temas como la contaminación, el derretimiento de los polos, entre otras situaciones que afectan el ecosistema; es un cartel formativo social en el que se expone la problemática del calentamiento global y sus consecuencias en el Ártico. El segundo es un cartel informativo del Fondo de Cultura Económica (FCE) en el que se dan a conocer fechas y horarios de talleres que se impartieron en la Feria del Libro Infantil y Juvenil (FILIJ) de 2017.



Cartel formativo social

Figura 24. Cartel Greenpeace

Figura 25. Cartel FCE



Cartel informativo

Figura 1. Fachada del Instituto Cervantes

Banner

Un *banner* es un anuncio generalmente de forma rectangular y que suele presentarse en las páginas web, equivale a los anuncios que suelen exhibirse en las vallas publicitarias en las calles.

Un *banner* debe contener información muy concreta sobre el producto o servicio que está ofreciendo para que llame la atención del usuario en Internet y navegue en el sitio que el *banner* tiene por objetivo. Colocar un *banner* publicitario tiene un costo que va en función de la

página web en la que vaya a colocarse, el número de usuarios que van a mirarlo, entre otros aspectos (Economía simple, 2016).

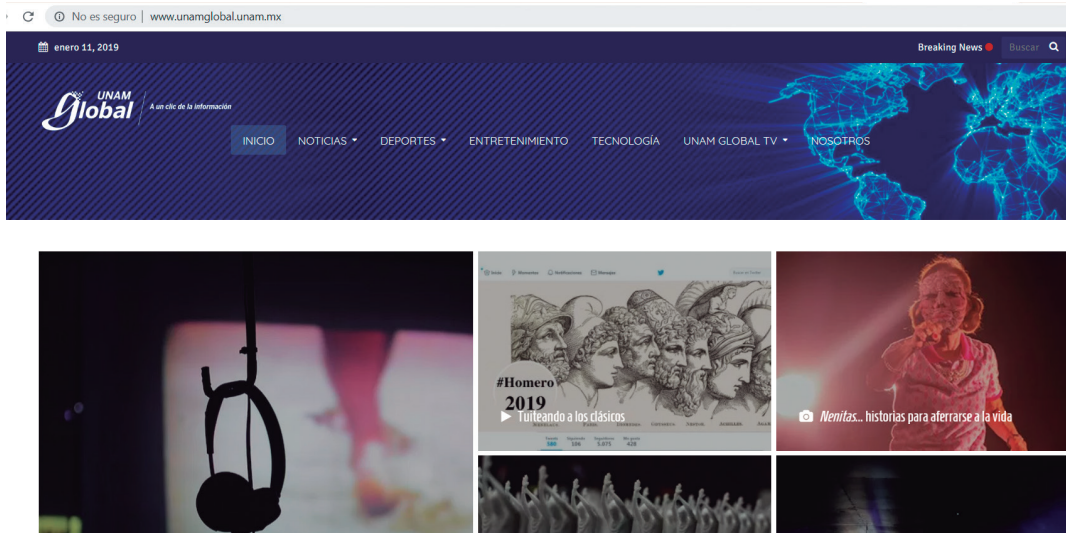
Existen diversos tipos de *banners* que al hacer click sobre ellos se despliegan varias opciones de navegación, o contrario a esto hay otros que no tienen ningún tipo de interactividad, es decir solo son imágenes publicitarias. El siguiente ejemplo muestra un *banner* en la página web de la UNAM, donde se anuncia la Nueva Gaceta Digital.



Página web

La palabra WEB es el término que se utiliza para referirse al *World Wide Web*, la cual es la red mundial de páginas o documentos de textos entrelazados, esto se refiere a que es un documento que tienen enlaces a otros documentos o páginas de texto (Glenwright, 2001). A través de las páginas web es posible buscar información sobre el tema que queramos, un servicio, etc; además con el paso del tiempo estas han ido evolucionando, ahora podemos comprar a través de ellas, subir archivos fotos, videos y documentos.

Sin embargo, actualmente existe un inconveniente respecto a las páginas web, ya que el incremento de mercados ha aumentado la demanda en la web, por esta razón la competencia por la visibilidad y alcance se han visto reflejados en el precio por los dominios de las páginas de internet. Los elementos que conforman una página web son: contenido, tipografía, animaciones y movimiento; botones e íconos, imágenes, fondos y enlaces a redes. Aunque no es necesario que una página incluya todos estos elementos, el uso de ellos dependerá del di-



seño del sitio y del mensaje que se quiera transmitir. El ejemplo superior es la página web de UNAM Global, en la que podemos apreciar algunos de los elementos anteriormente mencionados.

GIF

Un GIF es un formato de imagen, sus siglas en inglés significan *Graphic Interchange Format*, y actualmente ha ganado popularidad gracias a las redes sociales porque a través de ellas es muy fácil compartir este tipo de imágenes.

Un GIF consiste en una animación sin sonido creado por el movimiento de uno o más fotogramas; tiene una duración de aproximadamente 5 segundos y tienen la capacidad de contener 256 colores como máximo. Los GIFs son publicados generalmente en redes sociales como Facebook, Twitter o Tumblr, son muy populares y entretenidos ya que utilizan un lenguaje juvenil para proyectar información de interés para los usuarios de las redes sociales.

Actualmente los GIFs son considerados como un elemento importante en las estrategias de marketing, dado que es un formato fácil de entender y de consumir, puede llegar a una gran cantidad de gente en muy poco tiempo.

Figura 26. Banner

Figura 27. Página web

Redes sociales

Las redes sociales son sitios en Internet que tienen la finalidad de conectar a personas y empresas, para comunicar e intercambiar información sobre temas muy diversos; noticias, productos, servicios, bienes, etc. Aunado a la evolución del Internet, las redes sociales se han convertido en una herramienta que facilita la interacción entre las personas y actualmente es una parte importante en sus vidas, debido a que a través de ellas es muy fácil tener acceso a la información.

Hoy en día existen diferentes redes sociales destinadas a diferentes funcionalidades y usuarios, algunas de las más conocidas son; Facebook, Twitter, Flickr, Instagram, Snapchat, LinkedIn, Tumblr y YouTube.

Facebook

Es una red social que fue creada en 2004 por 4 alumnos de la Universidad de Harvard, sus fundadores; Marck Zuckerberg, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz y Chris Hughes diseñaron esta plataforma para uso exclusivo de la comunidad universitaria de Harvard, pero fue tal el éxito de este sitio en Internet que años después, en 2006 se autorizó el acceso a todo el mundo, y desde entonces es posible crear una cuenta gratuitamente en esta red social, el único requisito es tener una edad mínima de 13 años.

Facebook es la red social número uno en el mundo ya que según las estadísticas (Facebook, 2018), cuenta con 1.49 billones de usuarios activos diariamente, de este modo Facebook es la red social más utilizada en la actualidad, en ella los usuarios pueden añadir amigos, enviar mensajes, formar grupos, compartir fotos, videos y GIFs; también es posible crear eventos y encuestas.

Adicionalmente a ello, Facebook se ha convertido en una herramienta esencial en las estrategias de marketing debido al alcance de usuarios que tiene esta plataforma y la facilidad con la que las empresas pueden publicar su contenido mediante videos, imágenes, GIFs y enlaces a otros sitios como Twitter, Instagram y YouTube. La imagen 1 es un ejemplo de ello, en este caso la marca de cursos de diseño y arte DOMESTIKA, hace difusión de sus promociones en esta plataforma.

Twitter

Esta red social fue creada en 2006 por Jack Dorsey en California y fue lanzada para el uso de toda la gente en el mundo, el único requisito para acceder a esta plataforma al igual que otras redes como Facebook, WhatsApp o Instagram, es tener mínimo 13 años de edad.

Twitter es la red social que permite a los usuarios leer, enviar y recibir mensajes de aproximadamente 140 caracteres, estos mensajes reciben el nombre de *tweets*, y además de texto, pueden contener imágenes, videos, GIFs y enlaces a otros sitios de Internet. A diferencia de otras plataformas, en Twitter se comparte contenido en tiempo real.

Esta red social ha sido un foco de interés para las empresas ya que pueden informar a los usuarios acerca de sus productos, servicios y noticias de una manera rápida y eficaz, a través de las herramientas que ofrece Twitter; como

retweets, encuestas y los “me gusta”, de esta forma la propagación de la información llega a una gran cantidad de gente en poco tiempo. La imagen número 2 es un ejemplo en el que podemos ver como la cuenta oficial de la cafetería Cielito Querido escribe un *tweet* y adjunta una foto para incitar a su audiencia a consumir café, en la parte de abajo de la imagen se pueden percibir la cantidad de *retweets* y “me gusta” que tiene esta publicación.

Portal UNAM España

La UNAM-España al igual que las otras sedes de la UNAM en el mundo tienen su propio portal de Internet, el cual tiene diferentes apartados como; inicio, noticias, actividades, biblioteca y contacto; aunque el menú de las páginas varía entre una sede y otra en base a las actividades que tiene cada una de ellas.

La página de inicio del portal de UNAM-España dispone de un carrusel en el que los administradores del sitio suben imágenes con la finalidad de difundir información de diversa índole. En este carrusel se han publicado *banners* sobre los eventos que organiza UNAM-España y la UNAM en general. Estas imágenes a su vez pueden contener enlaces a otros sitios de Internet. En la imagen 3 podemos ver el aspecto que tiene el portal.

Domestika
Publicidad · 🌐

Adelántate a las rebajas de invierno en Domestika. Empieza el año con creatividad con una selección de cursos online a MX\$199 cada uno. ¡Del 2 al 6 de enero!



PRE-REBAJAS

Una selección de cursos a MX\$199

DOMÉSTIKA

Figura 28. Pantalla de Facebook

Cielito Querido Café
@CielitoQuerido

El amor está en cada taza de café y lo especial lo pones tú.
#CielitoDeCorazón 💖



8:00 a. m. · 03/12/18 · Sprout Social

3 Retweets 27 Me gusta

Twittea tu respuesta

Figura 29. Pantalla de Twitter

← → ↻ No es seguro | www.cemespana.unam.mx

UNAM Universidad Nacional Autónoma de México

España UNAM - España Centro de Estudios Mexicanos

INICIO QUIÉNES SOMOS ACTIVIDADES BIBLIOTECA NOTICIAS CONTACTO



Boletín informativo
UNAM-ESPAÑA
¡Suscríbete!

Queremos mantenerte informado de lo que hacemos. ¡suscríbete al boletín de actividades!

Figura 30.
Pantalla del Portal
UNAM-España

03

Proceso y desarrollo del proyecto

Metodología

La metodología de trabajo es una parte esencial para cualquier proyecto de diseño, es por eso que a lo largo de la historia de esta profesión, diferentes diseñadores en el mundo han publicado el proceso creativo que utilizan para resolver problemas comunicativos de una forma práctica y funcional. Durante mi formación académica y profesional he conocido y practicado diferentes métodos de trabajo que me han funcionado para llegar a resultados muy variados, sin embargo el proceso creativo en el que frecuentemente me baso y el que utilicé para desarrollar este proyecto, es el que propone Munari (1983), que si bien este método proyectual es propio para Diseño Industrial, el autor plantea que es posible utilizarlo para buscar soluciones en Diseño Gráfico. Este método creativo está compuesto por una serie de pasos con un orden lógico para llegar a la mejor solución posible, los cuales son los siguientes:

- **Definición del problema:** Este es el punto de partida ya que el diseñador conoce el problema al cual debe encontrar una solución y se establecen los límites y condiciones a las que está sujeta la solución de este.
- **Recopilación de datos:** Se recauda toda la información posible y necesaria, para tener el mayor conocimiento sobre el problema.
- **Análisis de datos:** La información anteriormente recaudada es valorada, estudiada y comprada con el fin de conocer todo acerca de la problemática planteada y también para tener conciencia de las soluciones y los errores que se han cometido anteriormente en este ámbito.
- **Creatividad:** En esta etapa el diseñador con base a lo anteriormente investigado; propone, innova y crea ideas delimitado por las condiciones establecidas en un principio en la definición del problema.
- **Materiales y tecnología:** En base a la información recaudada, se toman en cuenta los materiales y las tecnologías que se utilizarán durante la metodología.
- **Experimentación:** El diseñador a través de bocetos y pruebas experimenta con materiales e instrumentos que le permitirán generar modelos que lo llevarán a encontrar soluciones parciales o tal vez la posible solución al problema.

- **Modelos:** A partir de las pruebas anteriormente generadas, surgen los modelos los cuales ya pueden brindar al diseñador soluciones o posibles errores respecto a los materiales o tecnologías utilizadas.
- **Verificación:** Los modelos se ponen a prueba para ser verificados, y así definir si son válidos o no.
- **Bocetos:** Son todo tipo de dibujos y pruebas que el diseñador desarrolló durante el proceso creativo.
- **Solución:** El problema se ha solucionado.

Creación del logotipo

Para el desarrollo de este trabajo me guíé en el método de Bruno Munari y de otros procesos creativos como; bocetos, técnicas de investigación, tabuladores, elección de color, entre otros y que a través de ellos logré llegar a una solución eficaz.

En los capítulos anteriores desarrollé los temas que tienen que ver con la definición del problema y la recopilación de datos como; tópicos relacionados con diseño gráfico, el movimiento de 1968 y las redes sociales. En este capítulo hablaré del análisis de la información recopilada, la cual me llevó a generar los primeros bocetos y finalmente la solución a este proyecto. A continuación, adjunto el *briefing* que me entregaron para llevar a cabo el proyecto.

Ciclo de cine itinerante

M68. 50 AÑOS DEL MOVIMIENTO ESTUDIANTIL DE 1968 EN MÉXICO

FECHAS: Octubre a diciembre de 2018.

LUGAR: Diversas sedes del Instituto Cervantes y de la UNAM en 12 ciudades del mundo.

ORGANIZA: UNAM-España, Instituto Cervantes y colabora Filmoteca UNAM.

PROYECTO: Identidad visual, cartel, GIF, banner, página web y dossier del evento.

ENTREGA DE ARCHIVOS: Cada elemento del proyecto debe ser entregado en PDF a excepción del GIF que será presentado en el debido formato para publicarlo en redes sociales y la página web deberá estar diseñada y publicada en la plataforma de internet Wix.

DEADLINE: Boceto inicial 2 de abril. Entrega de proyecto 16 de mayo.

PÚBLICO OBJETIVO: Tanto la identidad visual como el material gráfico digital tiene que resultar atractivo para gente de 18 años de edad en adelante.

DISEÑO DE IDENTIDAD: La identidad visual debe ser el elemento central en los diferentes soportes que componen el proyecto, además tiene que ser impactante, legible y el diseño debe evocar al momento histórico en cuestión.

En caso de ser necesario el uso de imágenes del acervo del Archivo Histórico de la UNAM (AHUNAM), deberá solicitarse el derecho de uso de dichas fotografías ante las autoridades correspondientes.

DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO DIGITAL: Cada uno de los componentes del proyecto deberán contener la identidad visual del ciclo de cine, así como los logotipos de la UNAM-España, el Instituto Cervantes y Filmoteca UNAM.

Los datos en cada soporte pueden variar dependiendo de la red social en la que se publiquen, sin embargo, los datos sugeridos para que aparezcan en los soportes de diseño son:

- Fecha
- Lugar
- Programación
- Ciudad

PELÍCULAS: Las películas que se presentarán en el ciclo de cine son; *Mural efímero* (Raúl Kamffer), *Comunicados cinematográficos del Consejo Nacional de Huelga* Centro Universitario de Estudios Cinematográficos de la Universidad Nacional Autónoma de México, (CUEC-UNAM), *Memorial del 68* (Nicolás Echevarría), *El grito* (Leobardo López Arretche), *Dos de octubre, aquí México* (Óscar Menéndez), *Únete pueblo* (Óscar Menéndez) y *Entrevistas sobre violencia en la universidad* (Alfredo Joskowicz).

Identidad Visual

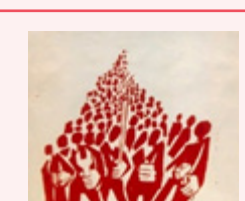
Para generar las primeras ideas de la identidad visual del ciclo, realicé un tabulador con la finalidad de comparar las distintas referencias visuales que tenía, partiendo de 3 características principales:

- **Tipografía:** Características del estilo tipográfico que se utilizan; es decir letras serif, sans serif, itálicas, cursivas, góticas, etc.
- **Morfología:** Tipo de recursos visuales a los que recurre la referencia visual como; ilustraciones, líneas, formas geométricas, fotografía, entre otras.
- **Color:** Predominancia de los colores que integran estas referencias visuales.

Las referencias visuales que contemplé para realizar el tabulador fue el material gráfico que fue utilizado en el movimiento estudiantil de 1968 en México como en otros países del mundo; como carteles, panfletos, mantas, entre otros.

Tabulador de referencias visuales

Referencias	Estilo tipográfico	Morfología	Color
	Mayúsculas Sans serif	Imagen figurativa (bandera y silueta)	Rojo y blanco
	Mayúsculas Sans serif	Imagen figurativa (granaderos sobre tanque de guerra y aros olímpicos) y línea	Blanco y negro

	<p>Mayúsculas Sans serif</p>	<p>Imagen figurativa (tanque de guerra con aros olímpicos y tipografía)</p>	<p>Fucsia y blanco</p>
	<p>No aplica</p>	<p>Imagen figurativa (granaderos, aros olímpicos y número 68)</p>	<p>Verde, blanco y rojo</p>
	<p>Mayúsculas Sans serif</p>	<p>Imagen figurativa (estudiante y granaderos)</p>	<p>Rojo y blanco</p>
	<p>Mayúsculas Sans serif</p>	<p>Imagen figurativa (chimpancé con casco de granadero)</p>	<p>Rosa y blanco</p>
	<p>No aplica</p>	<p>Imagen figurativa (paloma de la paz atravesada por un cuchillo)</p>	<p>Negro, blanco y rojo</p>
	<p>Mayúsculas Sans serif</p>	<p>Imagen figurativa (manifestación de gente)</p>	<p>Rojo y blanco</p>

	Mayúsculas Sans serif	Imagen figurativa (perro mostrando dientes) y granja	Blanco y negro
	Mayúsculas Sans serif	Imagen figurativa (puño alzado)	Rojo y blanco
	Mayúsculas Sans serif	Imagen figurativa (oficial con cara sustituida por una granada)	Rosa y blanco

Analizando las referencias anteriores se puede observar que en la mayoría de las imágenes utilizan una tipografía en estilo Sans Serif con tratamiento en mayúsculas. En términos morfológicos, las imágenes que predominan son; la representación de los granaderos y el sentimiento de protesta. Todas las referencias tienen un estilo simple y abstracto. Finalmente, respecto al código de color la mayoría de las imágenes están resueltas a una tinta, en las que predominan los colores: rojo, rosa y negro.

Bocetos

Primera etapa

En esta primera fase de bocetos se buscó determinar cuál sería el motivo principal de la identidad visual y también cuales elementos la compondrían (imágenes, líneas, formas, etc.), así que, a partir del análisis del tabulador, realicé los primeros bocetos tomando en cuenta las necesidades y límites del proyecto. Un punto importante por considerar era que la identidad visual iba a repetirse en todos los soportes gráficos del proyecto, así que tenía que ser adaptable y fácil de reproducir, por lo tanto, desarrollé las siguientes propuestas:



Las cinco propuestas fueron mostradas a la UNAM-España y la opción que eligieron fue la número 3 porque les gustaba la idea de que “M68” fuera el elemento principal de la identidad, además era la opción que mejor proyectaba las características solicitadas y la que mejor funcionaba como símbolo, sin embargo me solicitaron que hiciera más propuestas de tipografía y también otra solución para unificar el número 6 y 8. Por otro lado la gama de colores les pareció muy bien, no obstante me hicieron saber que estaban abiertos a más propuestas si surgían más ideas.

Segunda etapa de bocetos

En la segunda etapa presenté una propuesta con dos alternativas tipográficas, utilizando la idea de “M68” como elemento principal de la identidad. La imagen inferior muestran las opciones resultantes.

En ambas propuestas utilicé una tipografía Sans Serif en tratamiento mayúsculas y *bold*. En los dos casos la tipografía a través de sus formas redondas y simples proyecta la simplicidad y austeridad de elementos de los carteles analizados anteriormente en el tabulador. Respecto a la gama cromática de los mismos, apliqué en ambas identidades tonalidades de rojo, rosa y el color negro que hacen referencia a la sangre, la lucha, el poder y la juventud.

La UNAM-España escogió el diseño número dos en la versión negativo ya que esta causa más impacto al espectador que la versión en positivo debido al contraste del blanco sobre el negro.



Propuesta final

La identidad visual elegida es una composición que conjunta el logotipo “M68” y el título del ciclo de cine itinerante, que está escrito en tipografía Sans Serif en tratamiento *bold* y tiene la misma gama de colores que el *logo*. En él se plasma el concepto de rebelión, lucha y protesta a través de los colores y el contraste de estos. La dirección del imago tipo esta a la derecha para hacer referencia a la cronología de los hechos ocurridos, cumpliendo así 50 años de Aniversario.

Esta identidad visual está diseñada para utilizarse en todo el material gráfico digital requerido (cartel, GIF, *banner*, página web y *dossier*).



Elementos de la identidad visual

Tipografía

El logotipo está formado con la tipografía Dosis, una tipografía de licencia libre, diseñada por Edgar Tolentino, tiene 7 variables de grosor los cuales son: Extra-Light, Light, Book, Medium, Semi Bold, Bold y Extra Bold. La versión que yo utilicé para formar el isotipo fue la versión Bold.

Dosis Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789(!"#\$%&/)=¿?i"*[]_.,:

Título del ciclo

El título del ciclo de cine itinerante está realizado con la tipografía Gotham diseñada por Tobias Frere-Jones en el año 2000. Esta tipografía tiene 16 estilos; desde la versión Thin hasta la versión Ultra; en este caso yo utilicé la versión bold.

Gotham Bold

CICLO DE CINE ITINERANTE

50 Aniversario del Movimiento Estudiantil de 1968 en México

Color

Para el uso digital de la identidad utilicé los siguientes colores en formato RGB.



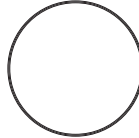
R: 231

G: 67

B: 85

PANTONE

P 48-8 C



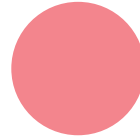
R: 255

G: 255

B: 255

PANTONE

P 1-1 C



R: 231

G: 67

B: 85

PANTONE

P 69-9 C



R: 30

G: 30

B: 28

PANTONE

P Process
Black C

Versiones cromáticas

Las variantes cromáticas son opciones de la identidad visual, ya que dependiendo el soporte gráfico visual se tendrá que recurrir a alguna de ellas; o en el caso que sea necesario imprimir la identidad visual, es correcto utilizar cualquiera de las siguientes opciones:



Identidad original



Fondo blanco



Negativo



Positivo

Arreglos tipográficos

Para adaptarse a los distintos soportes gráficos digitales, es posible ocupar la identidad de las siguientes maneras:

Logotipo



Vertical



Horizontal

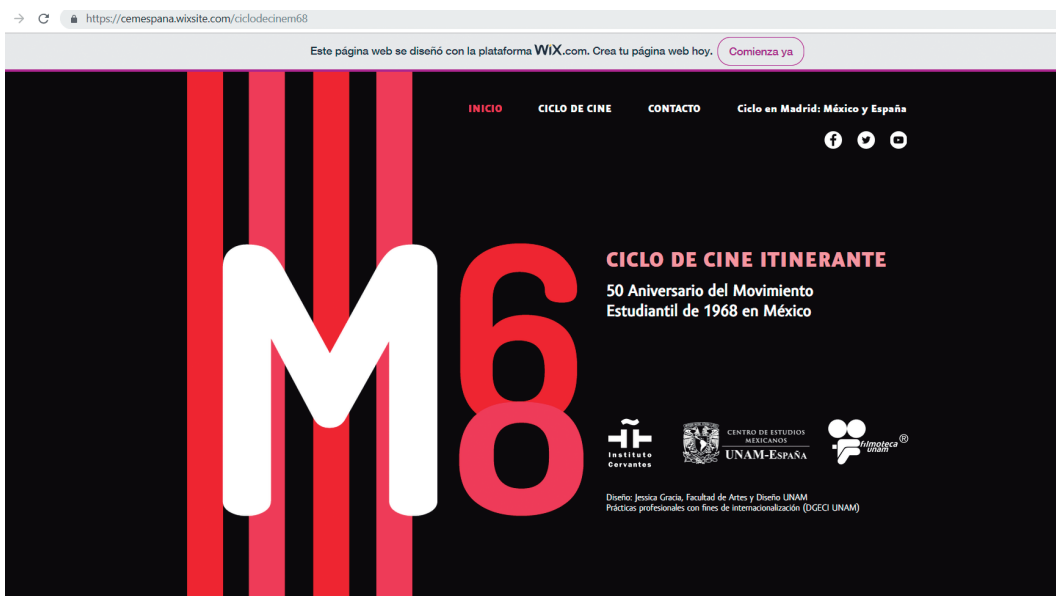


Aplicaciones

Banner



Página web



Cartel

M 68

**CICLO DE CINE
ITINERANTE**

**50 Aniversario del Movimiento
Estudiantil de 1968 en México**

● Más información: <https://cemespana.wixsite.com/ciclodocinem68>

Instituto Cervantes

CENTRO DE ESTUDIOS MEXICANOS UNAM-ESPAÑA

Cinemateca Nacional

GIF



Difusión

La difusión del ciclo de cine itinerante se llevó a cabo en las redes sociales de UNAM-España (Twitter y Facebook) y su portal de Internet durante el tiempo comprendido de octubre a diciembre de 2018.

Las pantallas que se muestran a continuación nos permiten visualizar a difusión del material gráfico en redes sociales.

La dirección de la página web del ciclo de cine es la siguiente: <https://cemespana.wix-site.com/ciclodecinem68>

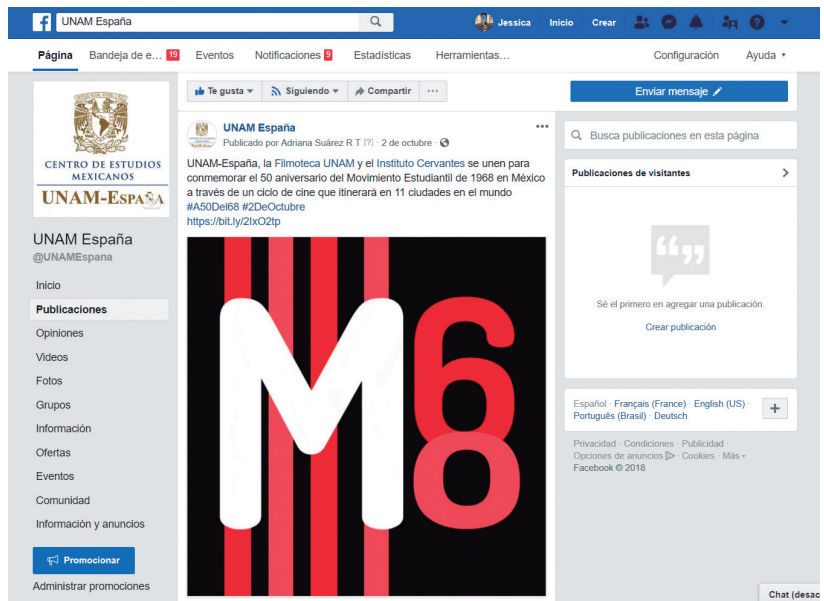


Figura 31. Banner en Facebook

Figura 32. GIF en Facebook



Figura 33. Banner en Twitter

Figura 34. GIF en Twitter

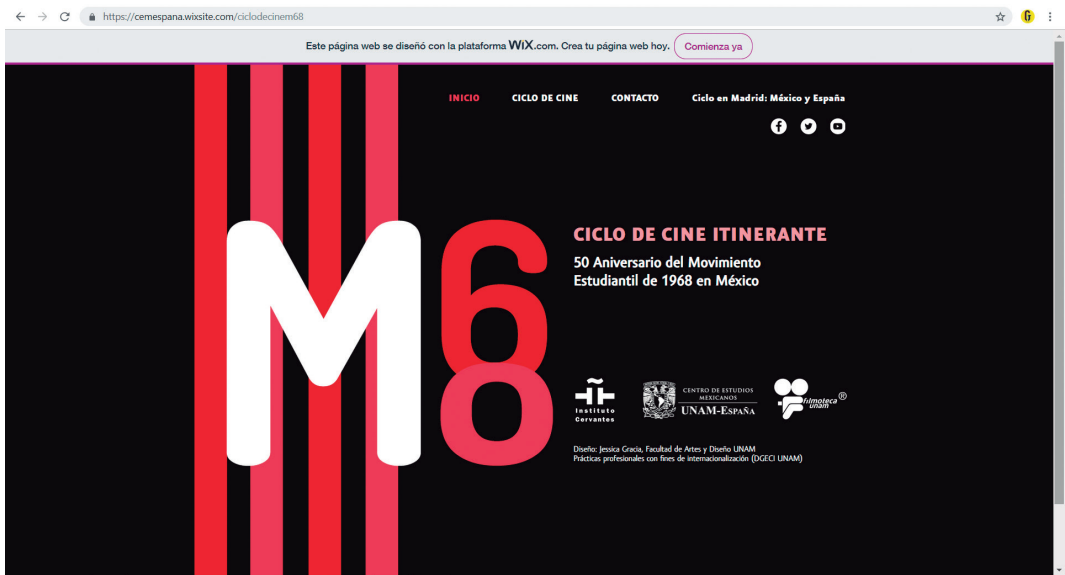


Figura 35. Banner en el Portal de UNAM-España

Figura 36 y 37. Página web del Ciclo de cine itinerante



Figura 38. Cartel

04

Conclusiones y referencias

Conclusiones

El objetivo del proyecto se cumplió, realicé la identidad visual del ciclo de cine y el material gráfico para redes sociales, de esta forma se consiguió la unidad de diseño requerida para el proyecto, el cual fue difundido exitosamente. El desarrollo de la identidad la conseguí siguiendo los pasos de la metodología que propone Bruno Munari y de otras que algunos profesores me enseñaron a lo largo de la licenciatura.

Durante el desarrollo del proyecto y a través de las metodologías fui cumpliendo los objetivos específicos propuestos desde el principio; como la profundización de los conocimientos respecto al tema del Movimiento Estudiantil de 1968 en México; sus causas, consecuencias, el contexto global de ese entonces y también gracias a esta profunda investigación pude conocer el trasfondo de los movimientos sociales y estudiantiles que han surgido en nuestro país durante los últimos años y analizar la influencia que ha tenido el año 1968 en ellos. Además reforcé los conocimientos que aprendí en las materias de diseño durante la licenciatura; como los diferentes tipos de identificadores visuales, la significación de los colores y la tipografía.

Por otra parte, descubrí nuevas herramientas para difundir información en redes sociales, a pesar de que pertenezco a una generación que esta muy familiarizada con estas plataformas, la realidad es que hay muchas herramientas que desconocía y que son de gran utilidad en el ámbito profesional ya que gracias

a ellas se puede potenciar la difusión de tu trabajo en diferentes medios. El tema de las redes sociales pienso que es un punto en el que hay que centralizar nuestra atención, sobre todo en el área de diseño porque actualmente es el medio donde la mayor parte de los profesionistas publican su trabajo y donde a diario se difunden nuevas tendencias que están marcando la forma en la que se hace diseño en todo el mundo; por lo que es importante estar en constante investigación y exploración para abrir nuestras perspectivas, enfoques, procesos y de esta manera generar diseño eficaz y vanguardista.

Por otro lado, considero que llevar a cabo un proyecto en Madrid fue un factor importante para la sublimación de mi creatividad en la etapa de bocetaje, gracias al contacto con otra cultura, ciudad y gente cambiaron mis perspectivas en mi proceso creativo, lo que me llevó a la solución del problema de una forma diferente a lo que normalmente solía realizar. A nivel profesional fue muy enriquecedor realizar este trabajo, porque cumplí satisfactoriamente los objetivos planteados en el proyecto gracias a la investigación, y los conocimientos que obtuve durante la licenciatura, los cuales reforcé y amplíé gracias a esta gran experiencia de trabajar en otro país.

Por último, realizar esta investigación sobre este desafortunado hecho histórico en nuestro país, me llevó a la reflexión sobre lo importante que es recordar y analizar los movimientos estudiantiles, sociales y demás protestas que se han presentado en México, para no olvidar su causa y jamás permitir que vuelva a suscitarse la violencia, represión y privación de la libertad de expresión hacia los jóvenes ni a nadie.

Referencias

Bibliográficas

- Barnicoat, J. (2000). *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Costa, J. (2003). *Diseño para los ojos* (Segunda ed.). Bolivia: Grupo Editorial Design.
- Costa, J. (2003). *Diseño para los ojos* (Segunda ed.). Bolivia: Grupo Editorial Design.
- Dondis, D. A. (1995). *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. México: Gustavo Gili.
- Glenwright, J. (2001). *www.layout. Como diseñar y componer sitios web*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Grupo Mira. (1988). *La gráfica del 68: Homenaje al movimiento estudiantil*. México, D.F.: Ediciones Zurda.
- Heller, E. (2004). *Psicología del color*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Kane, J. (2014). *Manual de tipografía. Segunda edición revisada y ampliada* (Segunda ed.). Barcelona: Gustavo Gili.
- Lupton, E. (2014). *Pensar con tipos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Munari, B. (1983). *¿Cómo nacen los objetos?* Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Ramírez, R. (1969). *El movimiento estudiantil de México* (Vol. 1). México: Era.
- Rodríguez, A. G. (2001). *Logo¿qué? Análisis teórico formal de los elementos que conforman el universo de la imagen corporativa* (Segunda ed.). México: Universidad Iberoamericana.
- Troconi, G., Almeida, L., Garone Gravier, M., Kloos Fernández del Cartillo, G., Martínez Meave, G., Montálvo, G., . . . Trueblood, B. (2010). *Diseño gráfico en México 100 años*. Ciudad de México: Artes de México.
- Zermeño, S. (1994). *México: Una democracia utópica. El movimiento estudiantil del 68* (Novena ed.). Ciudad de México: Siglo XXI editores.

Referencias electrónicas

- Animal Político. (2018). *1968: En absoluto silencio, 300 mil estudiantes marchan de Antropología al Zócalo*. Recuperado de: <https://www.animalpolitico.com/2018/09/1968-marcha-silencio-estudiantes/>
- CEPE UNAM. (2015). ¿Quiénes somos?. Obtenido de: http://www.cepe.unam.mx/quienes_somos.php
- De la Fuente, J. R. (31 de diciembre de 2001). *Cátedra Joaquín Xirau*. Recuperado de: <https://www.letraslibres.com/mexico/catedra-joaquin-xirau>
- Economía simple. (2016). ¿Qué es un banner?. Recuperado de: <https://www.economiasimple.net/glosario/banner>
- Facebook. (Septiembre de 2018). *Estadísticas*. Recuperado de: <https://newsroom.fb.com/company-info/>
- Instituto Cervantes. (1991-2016). *El Instituto Cervantes y la Universidad Nacional Autónoma de México presentan el Centro de Estudios Mexicanos*. Recuperado de: https://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/prensa/2013/noticias/centro-estudios-mexicanos-unam.htm
- PANTONE. (2018). *Características del color*. Recuperado de: <https://store.pantone.com/es/es/caracteristicas-del-color>
- QS World University Ranking. (2018). *Top Universities*. Recuperado de: <https://www.topuniversities.com/universities/universidad-nacional-autonoma-de-mexico-unam#wurs>
- Sala de prensa USAL. (18 de octubre de 2017). *La Universidad de Salamanca y la Nacional Autónoma de México ponen en marcha la Cátedra Extraordinaria Francisco de Vitoria – Bartolomé de las Casas*. Recuperado de: <http://saladeprensa.usal.es/node/109769>
- UNAM Internacional. (2018). *Sedes de la UNAM en el extranjero*. Recuperado de: <https://www.unaminternacional.unam.mx/es/ex/academico/organizacion-internacional-unam>
- UNAM. (10 de septiembre de 2018). *Anuncia CNH manifestación del silencio. 50 Años del 68 suplemento especial. Gaceta UNAM*. Recuperado de: <http://www.>

gaceta.unam.mx/anuncia-el-cnh-manifestacion-del-silencio/

UNAM. (2015). *Acerca de la UNAM*. Recuperado de: <https://www.unam.mx/acerca-de-la-unam>

UNAM. (30 de julio de 2018). Bazucazo a San Ildefonso; “la UNAM, de luto”: Barros Sierra. *50 Años del 68 suplemento especial. Gaceta UNAM*. Recuperado de:

UNAM-DGCS. (10 de junio de 2009). *Boletín UNAM-DGCS-348*. Recuperado de: http://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2009_348.html

Informe

Ordaz, G. D. (1968). *IV Informe de gobierno*. Recuperado de: <http://www.diputados.gob.mx/sedia/sia/re/RE-ISS-09-06-13.pdf>

Video

UNAM-ESPAÑA. (Productor). (2018). *UNAM-España* [Video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=yr2m4ldvTpg>

Fotografías

Figura 1. Dávila, A. (1968). Manifestación del rector Barros Sierra el 1 de agosto [Fotografía]. Recuperado de: http://132.248.192.201/seccion/hemero_68/index.php?c_diario=&c_episodio=Manifestaci%F3n%20del%20rector%20Barros%20Sierra%20el%201%20de%20agosto

Figura 2. Bundesarchiv, B. (1967). Mexiko-Stadt, III [Fotografía]. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Gustavo_D%C3%ADaz_Ordaz#/media/File:Bundesarchiv_Bild_183-F1023-0037-001_Mexiko-Stadt,_III._Internationale_Sportwettk%C3%A4mpfe.jpg

- Figura 3. Marcel, Lí. (1968). Estudiantes sobre un autobús quemado el 28 de julio[Fotografía]. Recuperado de: [https://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento_de_1968_en_M%C3%A9xico#/media/File:Estudiantes_sobre_cammi%C3%B3n_quemado_\(A68\).JPG](https://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento_de_1968_en_M%C3%A9xico#/media/File:Estudiantes_sobre_cammi%C3%B3n_quemado_(A68).JPG)
- Figura 4. Wikipedia. (1968). Ejército al Zócalo-28 d'agosto [Fotografía]. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento_de_1968_en_M%C3%A9xico#/media/File:Ex%C3%A9rcito_al_Z%C3%B3calo-28_d%27agosto.jpg
- Figura 5. Archivo del Universal. (1968). [Fotografía]. Recuperado de: <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/sociedad/te-decimos-donde-están-los-líderes-del-movimiento-del-68-facultad-por-facultad>
- Figura 6. MUAC. (1967). Lance Wyman en el estudio del Comité Olímpico. [Fotografía]. Recuperado de: <https://www.paredro.com/lance-wyman-el-hombre-que-marco-la-iconografía-urbana-de-méxico/>
- Figura 7. Recuperado de: <https://www.pinterest.com.mx/pin/507217976761792600/?lp=true>
- Figura 8. Pérez, J. (1968). Año de la prensa vendida [Cartel]. Recuperado de: https://muac.unam.mx/assets/docs/folio_068_68_50.pdf
- Figura 9. Mexiac, A. (1968). ¡Libertad de expresión! [Cartel]. Recuperado de: https://muac.unam.mx/assets/docs/folio_068_68_50.pdf
- Figura 10. Anónimo. (1968). ¡Venceremos! [Cartel]. Recuperado de: <https://muac.unam.mx/detalle-artista/298?lang=en#close>
- Figura 11. ENAP. (1968). Transformación Díaz Ordaz [Cartel]. Recuperado de: <https://muac.unam.mx/detalle-artista/298?lang=en#close>
- Figura 12. Anónimo. (1968). Paloma [Cartel]. Recuperado de: <https://muac.unam.mx/detalle-artista/298?lang=en#close>
- Figura 13. Wyman, L. (1968). Íconos de las Olimpiadas de 1968 [Figura]. Recuperado de: <https://www.somoswaka.com/blog/2016/08/diseño-de-íconos-olímpicos/>

- Figura 14. Wyman, L. (1968). Estampillas postales [Figura]. Recuperado de: <https://magis.iteso.mx/content/lance-wyman-y-los-%C3%ADconos-del-68>
- Figura 15. Díaz y García. (2018). M68. Ciudadanías en Movimiento [Figura]. Recuperado de: <http://www.gaceta.unam.mx/premian-al-emblema-e-identidad-grafica-del-m68-ciudadanias-en-movimiento/>
- Figura 16. Gracia J. (2018). Oficina UNAM-España [Fotografía].
- Figura 17. Gracia J. (2018). Biblioteca Instituto Cervantes [Fotografía].
- Figura 18. Gracia, J. (2018). Fachada del Instituto Cervantes [Fotografía].
- Figura 19. Instituto Cervantes. (2013). Inauguración del CEM España [Fotografía]. Recuperado de: https://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/prensa/2013/fotos/centro-estudios-mexicanos.htm
- Figura 20. UNSPLASH. (2018). [Figura]. Recuperado de: <https://unsplash.com/>
- Figura 22. Renau, J. (1950). Tierra Baja [Cartel]. Recuperado de: <https://www.todocoleccion.net/cine-posters-carteles/cartel-cine-tierra-baja-mexico-ilustrado-por-renau-1950-original~x46240240>
- Figura 23. Renau, J. (1946). Vértigo [Cartel]. Recuperado de: <http://www.garuyo.com/arte-y-cultura/josep-renau-berenguer-carteles-cine>
- Figura 24. Bonazzi, D. (2014). Salva el Ártico [Cartel]. Recuperado de: <https://feelthebrain.me/2017/08/19/el-provocador-arte-de-davide-bonazzi/>
- Figura 25. Fondo de Cultura Económica. (2018) Talleres FILIJ [Cartel]. Recuperado de: <https://www.fondodeculturaeconomica.com/Editorial.aspx>

